

Caretas ellos & ellas

**Balkanica
llega al
vestuario
final de
Emily
Charlton**

**Álvaro Paz
de la Barra
pasa la
página entre
TikTok y
*¿streaming?***

Micheille Soifer Cárdenas

Los *realities* la hicieron personaje. Ahora, desde la conducción de *Arriba mi gente*, ensaya una forma distinta de llegar al público

SUSCRÍBETE
AQUÍ



Carmen DeLeon

La cantante venezolana vuelve después de un año difícil con "Si tú te vas", una canción sobre soltar sin rencor. En Lima, abrió el concierto de Kany García y volvió a sentir el escenario como su lugar seguro.

“Tengo el cerebro fundido”, suelta Carmen DeLeon entre risas, cansada pero despierta. La noche anterior abrió el concierto de Kany García en Lima y todavía parecía venir del escenario. “Cuando yo me monto, suelto todo”, cuenta. También acaba de estrenar “Si tú te vas”, un tema sobre dejar ir sin convertir el amor en rencor. El regreso llega después de una pausa forzada en su carrera. “El año pasado me retiré completamente y, como estoy empezando desde cero, es como un renacer”, comenta. Hubo un momento, recuerda, en que la música dejó de sentirse como refugio. “Yo no quería saber nada. Era lo que más me gustaba y ya no lo quería hacer”. Hoy dice que está mejor, aunque no perfecta. “Hay días de días”, admite. Instalada entre México y Miami, con Venezuela siempre como raíz, DeLeon tiene un álbum en camino y alista una versión salsa de “Bésame bonito” junto a Sergio George. Sonríe mientras muestra algunos mensajes de personas que encontraron algo cálido en sus canciones. “Me dicen ‘me salvaste la vida’. Eso me motiva más”. ■

Micheille de Otro Modo

Tras casi dos décadas entre *realities*, música y exposición permanente, Micheille Soifer cumple un año como conductora de *Arriba mi gente*. En el camino, aprende a mirar las noticias que antes prefería mantener lejos.

MICHEILLE Soifer aprendió a vivir frente a las cámaras de forma natural. Su trabajo era entretener, competir, cantar, discutir y sostener una energía diaria ante el público. El otro país —el de feminicidios, extorsiones, asesinatos y madres llorando frente a un micrófono— podía quedar al margen.

Ahora no. A casi un año de sentarse en el programa de Latina *Arriba mi gente*, la antigua figura de *reality* debe hacer algo distinto a responder rápido o levantar la voz en el momento justo. Tiene que escuchar. Tiene que preguntar. Tiene que mirar noticias que antes prefería evitar y marcar el tono. “Yo antes me protegía de eso”, dirá más adelante. “Hoy me toca empaparme”.

Micheille llega tranquila, de buen ánimo. Lleva la melena negra y ondulada, y una sensualidad menos obvia que no busca imponerse, pero tampoco desaparece. Se sienta y conversa. Al inicio tanea el terreno, pero se suelta rápido. La entrevista no busca cobrarle una factura, sino seguir una transición peculiar: la de una mujer acostumbrada al entretenimiento que ahora presenta temas de espectáculos y ocasionalmente convive con el dolor de un país que nunca deja de producir titulares. Veinte años de cámaras le enseñaron a no temerles. Pero no cómo dar una noticia de feminicidio y llegar tranquila a casa.

DEL REALITY A LA REALIDAD

Micheille Soifer cumple un año al frente del programa. Para muchos fue una sorpresa; para ella, un salto al vacío calculado. “Lo más difícil ha sido que no me afecten las noticias”, dice. “Vengo del entretenimiento. Entretenía a la gente con alegría, con competencia. Ahora me toca entrevistar a una madre que perdió a su hija, y su dolor me duele”.

Recuerda que alguna vez tuvo que salir del set para respirar. Ha



La conductora reconoce que las noticias le han exigido una sensibilidad distinta a la del entretenimiento.

llorado frente a cámaras y ha llegado a casa cargando angustias que no son suyas, pero que no sabe cómo dejar en la puerta. A su lado en el panel están Ricardo Rondón, Fernando Díaz —“un dinosaurio del periodismo”, lo llama con admiración— y Santi Lesmes, el español que lleva tantos años en Lima que ya es, según Micheille, prácticamente peruano. Los observa. Aprende cómo manejan la frialdad que ella todavía no domina. “Lo hacen con tanta tranquilidad. Son los años. Yo voy a llegar ahí”, dice con seguridad.

EL OFICIO TELEVISIVO

Antes de conductora, antes de

chica *reality*, Micheille Soifer fue una cantante. Eso no lo ha olvidado ni lo ha escondido jamás. Al contrario: cuando alguien usa el rótulo de “ex chica *reality*” como forma de minimizarla, algo en ella se afirma en vez de doblegarse.

“Amo ser chica *reality*. Nunca me he sentido avergonzada. La oportunidad que me dieron los *realities* fue enorme. Vengo de abajo. Haber estado en el programa más visto de ese momento, con esa conexión con la gente, me ayudó a tener los seguidores que tengo hoy”, destaca.

Lo que sí la incomodaba no era la etiqueta en sí, sino el uso que se hacía de ella. “La gente adoptó el



Michelle Soifer ensaya
otra forma de
interactuar con el público
frente a las cámaras de
Arriba mi gente. En esta
nueva faceta quiere
escuchar más al público.

• título de chica *reality* para tratar de minimizar el trabajo de alguien. No lo hacían porque ella trabajaba en un *reality*, lo hacían para desmerecer". Hay una diferencia, insiste.

De esa etapa conserva cosas concretas: sabe trabajar en equipo, sabe que siempre hay que tocar la campana aunque el circuito esté lleno de obstáculos, y tiene un instinto de defensa personal que, admite entre risas, a veces sigue disparándose fuera de cámara. "Cuando empecé mi relación con mi novio, él me decía: 'Tranquila, no hay cámara'. Pero es parte de mí", recuerda entre risas.

EL PESO DE LA EXPOSICIÓN

Hay un momento en la conversación en que Micheille se detiene. Le preguntamos si hay algo de lo que se arrepienta, algo que preferiría que no le recordaran. Hace un gesto. "Hay un par de cositas ahí".

No entra en detalles, pero sí en contexto: una época en que las cámaras de los programas esperaban fuera de su casa las 24 horas, en que no podía salir ni a la esquina sin ser abordada, en que los insultos por su sobrepeso se acumulaban hasta que un día, cansada, reaccionó. "No me agarré a golpes con nadie, pero fue feo en ese momento. Estaba cansada del acoso". Y luego, casi inmediatamente, se vuelve su



La etiqueta de chica *reality* no la incomoda. Lo que le molesta es que se use para desmerecer.

propia crítica más dura: "Soy mi mayor crítica y mi fan número uno. Uno tiene que observarse, ver qué puede mejorar".

No reniega de quien fue. Entiende por qué fue así. Pero ya no es esa persona. "Como un pokémon cuando evoluciona", dice.

"Vengo del entretenimiento. Entretenía a la gente con alegría, con competencia. Ahora me toca entrevistar a una madre que perdió a su hija, y su dolor me duele".

LA MEDIDA DE LA VIGENCIA

La vigencia, en televisión, rara vez es un accidente. Micheille lo sabe. Tiene dos empresas que mantiene lejos del ruido, prepara una línea de moda propia y habla de un proyecto de *streaming* del que todavía no puede revelar demasiado. "Será con los mejores", adelanta.

La música, sin embargo, sigue apareciendo como una raíz difícil de cortar. Hay fines de semana en que la contratan para cantar y el público todavía le pide "Bombón asesino" con la misma energía de hace más de una década. No parece molestarle. Al contrario, entiende que ciertas canciones se vuelven una especie de documento de identidad popular. "Tendría que grabar un álbum nuevo. Hacer algo importante musicalmente", dice cuando se le pregunta si volvería a girar.

También ha rechazado propuestas fuera del país. La razón no tiene que ver con falta de ambición, sino con una frontera más íntima. "Tengo tres hijos perrunos y me cuesta dejarlos". En una industria que suele exigir presencia total, Micheille parece estar aprendiendo a elegir no solo qué aceptar, sino desde dónde hacerlo. Ya no todo se responde como en un circuito, tocando la campana aunque el cuerpo no dé más. A veces, crecer también consiste en no correr hacia cualquier oportunidad. "Me encuentro en un momento muy feliz. Tengo trabajo, personas que me quieren, estoy bien en mi vida sentimental, con mi familia. Soy agradecida", finaliza. (Marce Rosales) ■



Sus seres queridos más cercanos y tres hijos perrunos pesan en sus decisiones. También en las oportunidades que ha preferido dejar pasar.



Ernesto Palacio

A pocos días de las funciones de *Aida*, que se presentará el 17, 20 y 22 de mayo en el Gran Teatro Nacional, el director artístico del Festival Granda reivindica el peso de una apuesta que busca consolidar a la ópera en el país.

A Ernesto Palacio no le interesa presentar *Aida* como una simple cita de calendario. Habla de ella como un reto, pero también como una prueba de madurez. La nueva producción del Festival Internacional de Ópera Alejandro Granda, que llegará en mayo al Gran Teatro Nacional, representa para él un punto de llegada tras años de trabajo sostenido. “Es una ópera muy importante, muy grande”, dice, al subrayar que el recinto “se presta mucho para hacer este tipo de óperas”. Palacio recuerda además que este 2026 cumple 25 años presentando ópera en el Perú, un trayecto que desemboca ahora en un título monumental del repertorio verdiano. “Para nosotros es una prueba de lo que hemos logrado hasta ahora, porque hemos ganado mucho público y ofrecemos una ópera del gran repertorio”, sostiene. También defiende la apertura del festival a nuevas figuras. “Me gusta que por primera vez vengan nuevos artistas, no tener siempre los mismos”, afirma. Más allá del montaje, Palacio percibe un cambio en la audiencia local. “Hoy en día ya se conoce muchísimo más la ópera”, asegura. Y hacia el final deja una invitación directa al público: “Estoy seguro de que van a salir más que contentos”. ■

El Seductor Viral

Después de una campaña presidencial sin impacto electoral, Álvaro Paz de la Barra encontró atención en redes sociales. Tras mostrar extravagantes *looks*, lanzar miradas de galán, poses calculadas, clips virales y discursos sobre "comunidad", el excandidato apunta a hacerse un espacio.

ÁLVARO Paz de la Barra llega erguido, vestido con formalidad, apariencia cuidada y un reloj vistoso en la muñeca. Apenas se sienta, intenta imponer presencia. Al inicio parece ignorar por momentos las preguntas, como si necesitara acomodar la conversación a su propio ritmo, pero luego entra en cauce. En TikTok le dicen Aurelio Casillas. Él se ríe. "Ya se está haciendo una marca registrada", admite. Después de una candidatura presidencial que no superó los 25 000 votos, el exalcalde de La Molina parece haber encontrado una segunda vida en internet. Y quizás una más cómoda.

LA VANIDAD COMO MÉTODO

Habla rápido, mezcla política con emprendimiento, algoritmos con filosofía, debates con *networking*. Tiene 21 tatuajes. Uno de ellos, el "11:11", según explica, representa "dos portales" que se abren. Otros son unos laureles tatuados sobre su cuello, una especie de autocoronación simbólica. "Soy papá, soy político, soy empresario, soy emprendedor. Y ahora soy *influencer*", enumera. También se presenta como orador entrenado desde los 14 años, una formación que, según cuenta, nació en parte de una discapacidad del habla que lo obligó a trabajar la voz, las pausas y la presencia escénica. En ese autorretrato también aparece la

vanidad: recuerda que fue el cuarto candidato con mayor patrimonio y se define, sin titubeos, como el más preparado intelectualmente de la contienda. Dice manejarse en leyes, filosofía, sociología, antropología, finanzas, economía, psiquiatría, psicología y hasta "temas energéticos". "Yo sé cuándo subir la tonalidad, cuándo bajar, cuándo ser lírico", dice, mientras imposta la voz, actitud que el también excandidato Carlos Álvarez resaltó durante el debate presidencial y lo comparó con Alan García. No parece casual que varias de sus intervenciones más comentadas durante campaña hayan terminado convertidas en clips virales antes que en propuestas discutidas seriamente.

Paz de la Barra no rechaza esa dimensión performática. La entiende. La cultiva. Incluso la disfruta. "Soy genuino, auténtico", insiste. En TikTok abundan además los *edits* en los que aparece levantando la mirada lentamente, acomodándose el sombrero o lanzando expresiones seductoras frente a cámara. Lo curioso es que, mientras defiende esa autenticidad, también reconoce el cálculo detrás de ella. "En el Perú solamente hay expositores políticos. No hay oradores", asegura.

UN PITCH CON TATUAJES

Por momentos, la conversación deja de sentirse como una entrevista

El excandidato explotó la viralidad de sus intervenciones en el debate presidencial para aumentar su presencia en redes sociales.

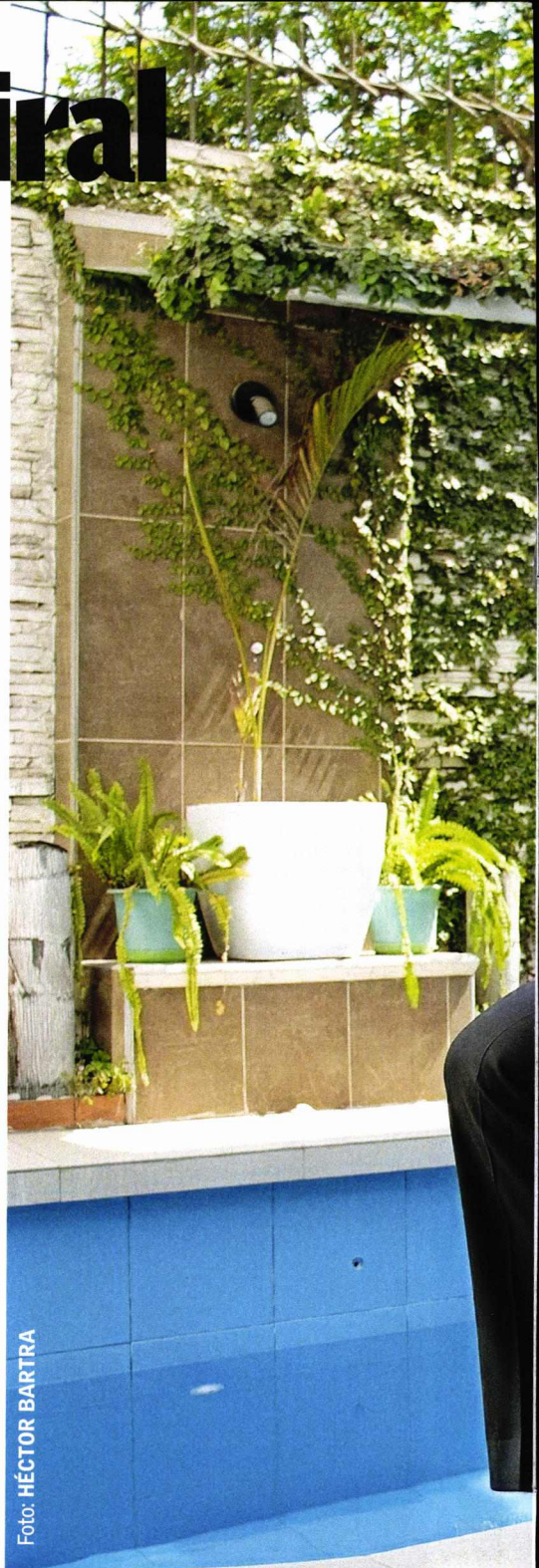


Foto: HÉCTOR BARRA



Foto: HÉCTOR BARRA





Con sombrero como parte de su nuevo look, Paz de la Barra asegura que intentará llegar al sillón presidencial en 2031 y promete hacer "nuevas caras". De momento, alista un ambicioso proyecto de programas de streaming.

política y se acerca más al *pitch* de una *startup* personal. Repite palabras como "comunidad", "disruptivo", "cultura" u "oportunidades". Menciona al fundador de WeWork como referencia para la nueva etapa que quiere construir: una mezcla entre influencia digital, *networking* y emprendimiento colectivo.

Su nuevo proyecto apunta precisamente hacia ahí. Alista una plataforma de *streaming* con una parrilla inicial de cinco o seis programas. Cuenta que ya tiene talentos mapeados y que evalúa negociar con canales digitales. No descarta sentarse como conductor, pues puede usarse como una vitrina para conectar ideas con capital. "Quiero insertar una nueva cultura", repite varias veces.

VOTOS NO, ATENCIÓN

La política queda suspendida momentáneamente. "Voy a postular el 2031. Fijo", dice. Sin embargo, también insiste en que no quiere "confundir" su presencia en redes con política, aunque la frontera entre ambas cosas parezca cada vez más difusa. De hecho, la campaña parece haberle dejado una conclusión bastante clara: la atención puede ser más poderosa que los votos. En las urnas no logró construir mayoría, pero en redes parece haber encontrado una audiencia dispuesta a convertirlo en personaje.

Cuando se le pregunta por los memes sobre el "candidato seductor", las poses o los *edits* en redes, lejos de incomodarse, sonríe. "Es lindo", responde. Cuenta que recibe clips todos los días y que tiene clubes de fans incluso fuera del Perú.

Incluso sus referencias políticas revelan contradicciones interesantes. Dice que antes admiraba a Nayib Bukele, aunque ahora lo considera "el nuevo autócrata del siglo XXI". Luego menciona a José Mujica y también rescata el segundo gobierno de Alan García.

Quizás esa sea su verdadera victoria después de la derrota: no haber convencido a los votantes, sino haber encontrado espectadores. En tiempos de política convertida en clip, Paz de la Barra parece menos preocupado por salir del personaje que por perfeccionarlo. (Marce Rosales) ■

Emily Charlton viste Balkanica

Balkanica llega a la escena final de *The Devil Wears Prada 2* con un accesorio usado por Emily Blunt en su regreso como Emily Charlton. La historia empezó en ferias, correos inesperados y una apuesta sostenida por una moda peruana que encontró su lugar en una franquicia donde el vestuario también cuenta la historia.



El *Detachable Collar* de Balkanica, la pieza peruana que llegó al vestuario final de Emily Charlton. Los *paparazzis* fotografiaron a Blunt durante el rodaje de la escena final.

El accesorio es pequeño, negro, estructurado. Emily Blunt lo lleva sobre una chompa roja en el tramo decisivo de *The Devil Wears Prada 2*. No irrumpe ni reclama el centro. Apenas ordena la imagen con una línea severa. Detrás de ese cuello desmontable hay una ruta más larga: años de trabajo desde Lima, ferias internacionales y cajas enviadas con más intuición que certezas.

Cuando Tania Jelčić empezó Balkanica, la idea de llegar a una franquicia como esta parecía remota. La marca creció primero de manera intuitiva, con piezas únicas, siluetas relajadas y *prints* inspirados en simbologías prehispánicas reinterpretadas desde un lenguaje actual. “La marca había crecido de una forma muy orgánica al comienzo”, recuerda. “No teníamos ni página web, nada. Yo hacía todo”.

La internacionalización llegó después: ferias, catálogos, viajes exigentes y bastante insistencia. En una feria en Miami, estilistas vinculados a *And Just Like That...* pasaron por el stand y se interesaron por la colección. Luego vino el silencio habitual de estos procesos. Meses después, llegó un correo del departamento de



“Para nosotros es un gran orgullo que, dentro de todas estas piezas que nos pidieron, este cuello que eligieron esté en la escena final”.

vestuario. Pedían vestidos, abrigos y accesorios. “No podíamos creerlo: si era verdad, si era mentira, cómo funcionaba”, cuenta Jelčić. Igual enviaron todo. Apostaron.

La apuesta empezó a verse en pantalla. “No te cuentan nada”, dice. De pronto, apareció un tráiler y una de las protagonistas llevaba un vestido de Balkanica. “Eso fue una gran

Tania Jelacic junto a una de las piezas de Balkanica, marca que ha llevado sus *prints* peruanos a producciones internacionales.





Cuatro prendas de la marca peruana aparecieron en *And Just Like That...*, antecedente clave antes de su llegada a *The Devil Wears Prada 2*.

➔ noticia", recuerda. Después vino otro capítulo, luego una nueva aparición. En total, la marca terminó apareciendo cuatro veces en *And Just Like That...* y dejó tendido un puente con Molly Rogers, diseñadora de vestuario y figura clave detrás del universo visual de esa serie y de *The Devil Wears Prada 2*.

Cuando Rogers pasó a trabajar en la secuela *The Devil Wears Prada 2*, volvió a escribirles. Pidió doce piezas de Balkanica para la película. Algunas regresaron con pespuntos, amarres y señales de uso. "Estamos seguros de que las han usado porque han regresado con pespuntos, con amarres y otros detalles", señala Jelícic. Otras quizá quedaron fuera, como suele pasar en el cine. Pero una sí quedó: el *Detachable Collar* usado por Emily Blunt en la escena final.

"Para nosotros es un gran orgullo que, dentro de todas estas piezas que nos pidieron, este cuello que eligieron esté en la escena final, en una protagonista y en una escena muy muy importante", dice. "Es la escena que concluye todo el guion, la historia en esta película".

La elección tiene sentido. Ese cuello no nació para Hollywood. Jelícic lo venía trabajando desde hacía varias colecciones, cuando sintió que Balkanica necesitaba piezas más rígidas y arquitectónicas para elevar sus looks más fluidos. En *The Devil Wears Prada 2*, la ropa siempre fue lenguaje: jerarquía, ambición, control y también transformación. Emily Charlton reaparece desde otro lugar: menos reactiva, más consciente de sí misma, pero todavía elegante. El



Tania Jelícic ha construido en Balkanica un lenguaje propio entre diseño contemporáneo, raíz latinoamericana y referencias precolombinas.

cuello funciona casi como una armadura discreta. No endurece al personaje; lo sostiene.

"Ella está trabajando por una marca un poquito más baja de la que venía trabajando, que era Dior", explica Jelícic. "Pero le han puesto este cuello como para no salirse de su anterior personaje. Le da más clase al look".

El accesorio también condensa

"Le pusieron este cuello a Emily Blunt para no salirse de su anterior personaje. Le da más clase al look".

parte del ADN de Balkanica: exterior negro y sobrio, interior con un *print* inspirado en culturas precolombinas peruanas. "Si tú lo abres hacia abajo, adentro tiene nuestro estampado", explica. "Siempre dejamos un poquito el legado peruano dentro de la prenda, ya sea en el interior o en algún detalle".

Quizá el logro esté precisamente ahí. Balkanica no aparece en *The Devil Wears Prada 2* como una nota al margen, sino con una pieza fiel a su propio lenguaje. En una película donde el vestuario también narra, el cuello ocupa poco espacio. Pero dice lo necesario. (Marce Rosales)

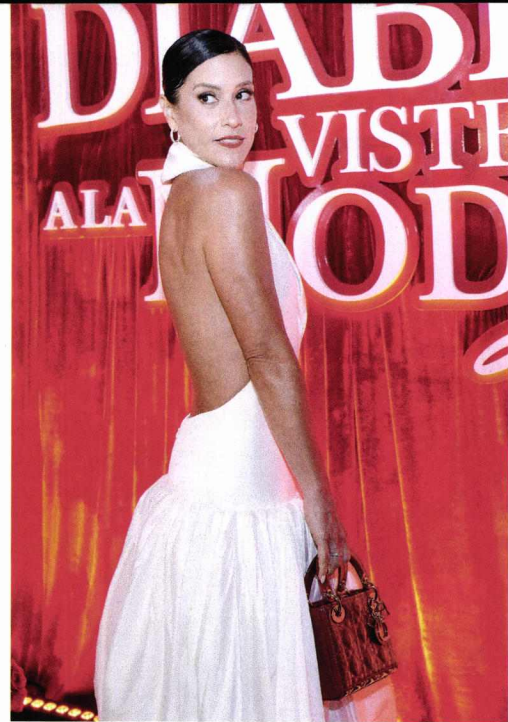
The Tea Room

El nuevo espacio del Británico Cultural mira hacia Londres, pero su verdadera apuesta parece estar en construir cercanía en Lima.

Entre retratos de la princesa Diana, Oscar Wilde y flores inspiradas en jardines ingleses, The Tea Room by TGB abrió sus puertas dentro del Cultural Station del Británico con una propuesta que busca ir más allá de la cafetería tradicional. “No lo vemos solo como un espacio comercial”, explican sus creadores. “Queremos que la gente se sienta bienvenida”, añade Francis Moscoll-Chávez. La ambientación recoge referencias de ciudades como Londres o Mánchester, pero también ideas vinculadas al refugio y la calma. Kristopher Collins y Francis Moscoll-Chávez han querido construir un lugar donde el imaginario británico dialogue con Lima sin sentirse como una postal rígida. “Cuando tienes un día terrible, alguien te dice: ‘Siéntate, toma una taza de té y respira’”, comenta Kris Collins. El proyecto también funcionará como sede de clubes de lectura y actividades culturales vinculadas a la tradición británica. El espacio propone una forma distinta de pasar el rato. “La experiencia es este momento de pausa”, finalizan. ■



Chiara Conroy, Briana Botto, Solange Casis, Eliana Vizquerra y Alexandra Penjean.



María Pía Copello.



Ale Fuller.



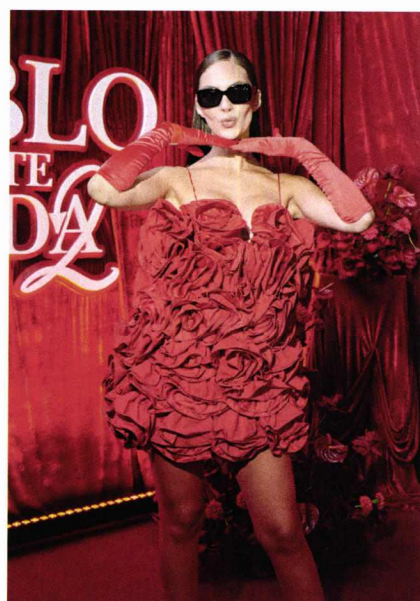
Adolfo Aguilar y Jose Ortiz.



Miranda Capurro y Luana Barron.

Alta Noche

La capital se convirtió en punto de encuentro del estilo con el *avant premiere* de *The Devil Wears Prada 2* en Cinemark Jockey Plaza. La alfombra reunió a figuras del entretenimiento y creadores digitales que asumieron el desafío de reinterpretar el universo editorial de la película con estilismos audaces y guiños directos a su imaginario fashionista. La noche confirmó a Lima como anfitriona de estrenos donde la moda dejó de ser complemento y pasó al centro de la escena. ■



Natalie Vertiz.



Jorge Luis Salinas y Carlos Cacho.



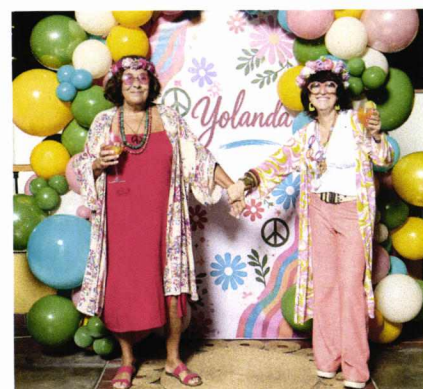
Yolanda Hounie convocó a sus amigos con la excusa de ponerse flores en el pelo y subir el volumen de la música.



Jaime y Maru Lertora junto a la cumpleñera.



Creativa Giovanna Viacava.



Rosina Praderi cruzó los Andes desde Uruguay para agasajar a su amiga de la infancia.



Marquitos Hounie junto a su hermana y su sobrino Alejo.



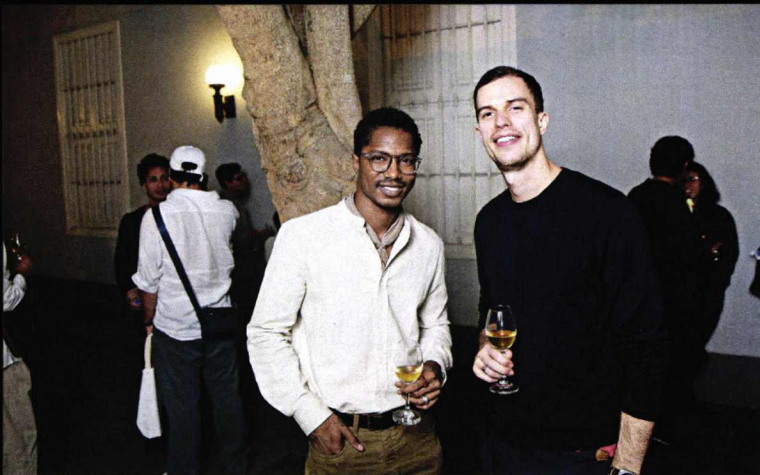
Alejo Araujo, un verdadero *hippie* de la actualidad.



Crítico gastronómico Chema Tovar dando el visto bueno a las pizzas.

Woodstock en Lima

PARA Yolanda Hounie, 1969 fue un año inolvidable. “Mientras el mundo miraba la Luna y Woodstock cambiaba la historia”, ella, con 12 años, descubría un universo de flores, libertad y canciones que la acompañan hasta hoy. Con ese espíritu convocó a sus amigos no solo para celebrar su cumpleaños, sino para reencontrarse con la música, las flores en el pelo y la idea —siempre vigente— de paz y amor. ■



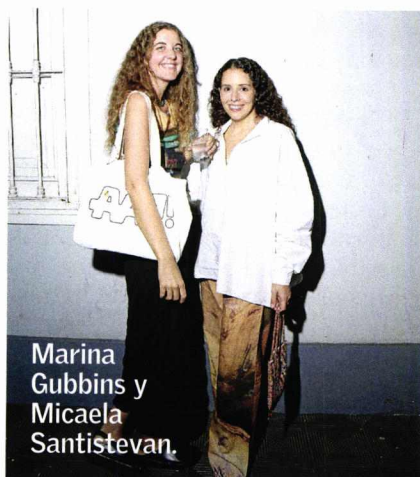
Abou Toure y Víctor Barreiro.



Octavio Centurión, Gaby Cepeda, Jimena Gonzáles y Santiago Dammert.



Benjamin Cieza, José María Denegri, Natalia Revilla y Pierina Másquez.



Marina Gubbins y Micaela Santistevan.



Paulo Muñoz y Fabiola Gonzales.



Iosu Aramburu y Juan Luis Balarezo.



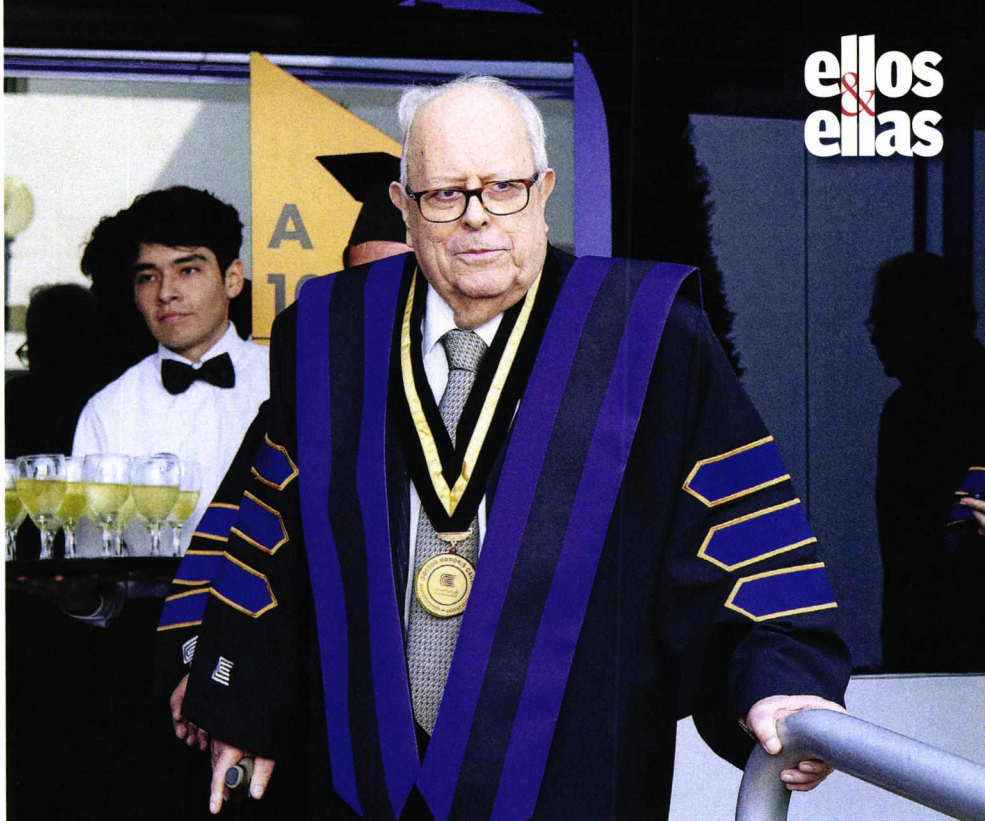
Giuliana Macchiavello y Manuel Arias.

Arte en Tránsito

A AJ! Apuesta por Artistas Jóvenes concluyó en Lima su primera edición tras una semana de trabajo con la curadora mexicana Gaby Cepeda. Once artistas peruanos menores de 35 años participaron en clínicas de obra y revisiones de portafolio que los conectaron con el circuito internacional sin salir del país. El lanzamiento se realizó en Proyectoamil, en Barranco, y Cepeda ofreció además una charla en el Museo de Arte de Lima ante auditorio lleno. La plataforma, fundada por Santiago Dammert y Octavio Centurión, confirmó su continuidad anual y proyectó su convocatoria 2027. ■



Autoridades académicas encabezaron el acto solemne que reunió a la comunidad universitaria.



El evento se realizó el lunes 27 de abril en el campus de posgrado ubicado en Miraflores.



Julio Velarde y Christina Saksanian, rectora de la Universidad Continental



En el evento, estudiantes realizaron ceremonia de la luz, que simboliza el traspaso del conocimiento, la responsabilidad, la ética y el compromiso a las futuras generaciones.



Fernando Barrios Ipenza, fundador de la Universidad Continental.

Grado y Respaldo

LA Universidad Continental distinguió a Julio Velarde Flores con el grado de doctor *honoris causa* en una ceremonia solemne que puso en primer plano su vida dedicada al servicio público. El presidente del Banco Central de Reserva del Perú recibió la máxima distinción académica en reconocimiento a su liderazgo y a su defensa sostenida de la autonomía institucional como ancla de estabilidad en tiempos de incertidumbre política. El acto culminó con la ceremonia de la luz, en la que estudiantes y egresados acompañaron el simbólico traspaso de responsabilidad hacia las nuevas generaciones. ■

Sofía Bogani

Con *Visita inesperada*, la actriz convierte su experiencia con el cáncer en una comedia íntima, lejos del victimismo y del heroísmo.

Sofía Bogani no quería contar una historia sobre el cáncer desde el lugar de la tragedia ni desde el aplauso fácil de la resiliencia. En *Visita inesperada*, unipersonal dirigido por Jesús Álvarez Betancourt, la actriz vuelve sobre su diagnóstico para hablar de miedo, cuerpo, humor y supervivencia sin ponerse el traje de víctima ni de heroína. “Yo lo viví riéndome”, dice. El humor apareció como una forma de sostenerse. “No te voy a decir que no lo pasé mal, pero nunca dejé de reírme de mí misma”, cuenta. Incluso la caída del cabello, uno de los momentos más duros, terminó revelando algo inesperado. “Luché por no perder mi pelo y cuando lo perdí me sentí totalmente liberada”. La obra también remueve zonas que todavía duelen. Bogani recuerda que el miedo no llegó cuando estaba enferma, sino después, cuando le dijeron que estaba limpia. Desde entonces, un lunar o una mancha bastan para encender la alarma. “En el fondo, yo tenía miedo”, admite. Por eso, la pieza evita los lugares comunes. “Yo no quiero dramatizar esto. No quiero que se me ponga en un lugar ni de víctima ni de heroína”, afirma. La obra se presenta los martes y miércoles a las 8 p. m. en el Teatro de Lucía. Las funciones comienzan el 19 de mayo. ■





Oriana Cicconi

La actriz y tanatóloga vuelve con una obra en la que el duelo, el humor y la memoria de su madre conversan sin solemnidad.

ORIANA Cicconi habla de la muerte sin tintes fúnebres ni sombríos. De hecho, lo hace conversando mientras llega la hora dorada del sol. Hace nueve años, su madre, la actriz Claudia Dammert, falleció de manera repentina. Desde entonces buscó respuestas en libros, documentales, la tanatología y también en sesiones con una médium, experiencia que, según cuenta, reforzó su mirada sobre la muerte como tránsito y no como final. Ese proceso terminó convertido en *Vida después de la muerte*, unipersonal que llega a su quinta temporada (los miércoles desde el 20 de mayo hasta el 15 de julio a las 8 p. m.) en el Centro de la Amistad Peruano-China bajo la dirección de Norma Berra-

de, quien fue directora de su madre, y Steven Buendía. “Este *show* lo creé para que pueda tener un impacto en las personas que están atravesando un duelo”, dice. La obra mezcla comedia, reflexión e interacción con el público para abordar un tema que, según ella, sigue siendo tabú: “Nadie habla de la muerte porque piensan que de esa manera uno puede atraerla”. Aun así, Cicconi insiste en que el dolor no desaparece. “El duelo no se cura, se integra a la vida”, afirma. En su familia también conversan con humor sobre la muerte. Su madre pidió una gran fiesta infantil con piñata incluida. En esta obra, la risa no tiene el objetivo de borrar el dolor, pero sí el de abrir la conversación y acompañar

RESTAURANT

Guargüero

HOMENAJE A LA GASTRONOMÍA *peruana*



Los invitamos a descubrir nuestra nueva carta.



📍 Av. La Paz 1025, Miraflores

☎ 965 392 349

✉ reservas@guarguero.com

🌐 www.guarguero.com

Haz
tu reserva
aquí



Revistas. PeruRadio.net.pe